

他流試合のチカラ： 周囲を観察し、自分の役割を想像し、自ら行動すること

株式会社イオンフォレスト（ザ・ボデিশヨップジャパン）
パリュース推進室室長

藤田紀久子

（ふじたきこ）

●プロフィール

パリュース推進室室長。1987年学習院大学文学部英文学科卒業後、株式会社西友入社。役員秘書室、国際事業部、国際ホテル部門でトップの秘書業務に携わるほか、開業記念イベントなどのプロジェクトを担当。1996年、株式会社イオンフォレスト社長秘書。1999年同社社会・環境活動部門のマネージャーを経て、2000年社長室長に。秘書業務、企業広報、CSRに携わる。2004年5月より人事総務部長。2006年6月より現職、CSR専任となる。2004年より社団法人日本秘書協会理事。

私は1999年よりCSRを担当しており、若い社員たちの研修同様、大学や学生団体に講演の要請を受けるなど学生との接点も多い。うち2004年より2年間は人事担当として主に新卒社員、店舗スタッフの採用に携わり、以後も引き続き新卒採用プロジェクトに関わっている。本稿では、企業人の立場からWAVOCとの協働体験を通じた今日の若者のあり方や人財育成、そして、その可能性について論じてみたいと思う。

一時期の就職氷河期と言われた極端な就職難への対処の後遺症か、公私ともに無難に振舞おうとする若手社員や学生たちが主流になって久しい。また、弊社のような化粧品専門店に入社を希望しているにもかかわらず、希望職種として漠然と「CSR」や「企画」と応えるケースがあまりにも多く、自分が実際に働くことをイメージできていない学生たちに困惑することがある。また、「若い人の意見を活かそう」としても、当の若者が大人ウケのする無難な答えを探していたり、ブレインストーミングをして多くの意見を引き出そうとしても、積極的に発言して仲間と意見をシェアしようと思わずに頭の中で優等生的な正解を考えていたりするケースに直面することも多い。こうし

た傾向に関しては危機感を感じるところであり、学生や新卒を含めて人財育成はどうあるべきかということは、日頃より重要な課題として認識している。そうした問題意識を持ちつつ、ザ・ボデিশヨップは、WAVOCと社会貢献を目指す実践的な試みを行ってきた。

ザ・ボデিশヨップの DVキャンペーン

私が担当する部署では、ブランドの使命である「社会・環境の変革を追求する」ための一環として、店頭で地球温暖化防止、HIV-AIDSなどの啓発活動に加え、2006年からは店頭でDVの啓発キャンペーンの企画に取り組んでいる。DVを個人的な問題ではなく「社会の問題」と捉え、その問題性をSPEAK OUT（声に出し）、市民の意識を高めることでDVの根絶を目指すものとするのである。2007年は、FTCシエルター主催の「親子合宿」の支援を継続しながら、特定非営利活動法人全国シエルターネットが主催する「DV根絶国際フォーラム」も支援した。店頭では、お客様に寄付商品のリップグロスに因んだリップ型のカードに「SPEAK OUT」メッセージを書いていただき、接客を通して親しいコミュニケーション

ンができるという私たちの特性を生かしながら、お客様も主体的に参加できる双方向的な活動を試みた。

さらに、市民団体など力を合わせて顔の見える支援を目指す一環として、大学・学生との協働にも力をいれている。なぜなら、世界中のザ・ボデিশヨップのステイクホルダーたちが創業者デイム・アニータ・ロディックの理念から多くを学び、環境や社会問題に関する活動にコミットしてきたように、彼女の影響力を学生たちと共有することが我々の社会貢献に繋がるのではないかと考えているからである。また、副次的な効果ではあるが、伝統的に一方的な広告戦略をとらず、店頭やジャーナリストとの直接的なコミュニケーションを通じて地道な広報活動を好んできたブランドとして、学生と直接触れ合うことは「等身大のブランド、企業」を学生に理解してもらうためのよい機会でもある。

大学との協働を通じて

まず、FTCシエルター主催の「親子合宿」支援のボランティアでWAVOCの学生たちと協働する機会があった。合宿自体は、様々な人や組織の連携を通じて被害者を支援する意

味で成果の大きいものであった。一方で、若者たちの働きぶりという視点では、期待していた活発さとは逆に、大人しく指示を待っているように見える彼らの姿が目についた。例えば、子どもたちが自分たちの将来を重ねて学生を見ていることが想像できれば、もっとムードメーカーとして積極的に関わることもできたのではないか。敢えて学生ボランティアとして受け入れられた自分が、スキルや知識などの専門性ではなく、社会人ボランティアができない、子どもたちに夢や可能性を見せる存在としても期待されているということに気づけば、自分が何をすべきかが分かってくるはずである。

周囲から期待されていることを自分で判断し行動することに弱いという傾向は、学生だけでなく若い社員にも共通している。恐らく、家庭内で家事を分担したり、祖父母や年下の兄弟の世話をしたりする機会に乏しく、お姫様のように大切に傳かれて育った若者にとって、自発的に働くこと自体が困難なことなのかもしれない。他者のために自分が働くという体験に薄く、しかもマニュアルに頼ってきたために、誰かのためにやりたいと願い、社会問題への意識が高い若者たちにとって「周囲を観察し、自分の役割を想像し、自

ら行動する」ボランティア活動が意外にも難易度が高いというのは皮肉なものである。

こうした幼さに関しては、新卒採用の現場で出会う学生たちの多くが社会貢献をしたいと言いながら、「社会貢献の部署で企画をすること」にしか考えが至らず、お客様と日常的に接する事業の特性を活かして、自分が啓発キャンペーンの最前線で活躍し得ることに思い至らないでいることを思い起こされる。「自分の力が生かされていないのではないか」と思い込む若い社員の背景には、自分の役割を想像すること、あるいは、自分の仕事を自分で意味づけ、自分で価値を創造することができないという事実があるように思う。

9月にはWAVOCの学生が延世大学(ソウル)の学生と協働して同大学内でデパートDV防止キャンペーンを実施するときに同行する機会を得た。企画では、WAVOCの学生の思慮深さが延世大学の学生にとっては熱意のなさを感じられてしまった行き違い、延世大学側の質問や議論に慣れた様子に押され気味などの相違点が散見された。さらには、アウトプットを怠れば意見がないのと同じだと気づけば、例えば、言葉や考え方や文化の相違を恐れず、

お互いの言葉を使えなくとも英語を駆使して意見をぶつけあうこともできたのではないだろうかといった点が指摘できる。

しかし、以上のような私が感じた予想外の未熟さの一方で、学生と関わる魅力は確かに存在する。それは、彼らが、こちらが想像もできないことを感じ、成長する可能性をもっていることである。10月にはWAVOCと共催のCSRシンポジウム「ビジネスを変える、社会が変わる」ザ・ボディショップが創る「キレイな世界」を実施し、再びWAVOCの学生たちがボランティアとして参加した。学生たちは自発的に申し出て、キャンパス内で一般学生たちにリップ型カードを手渡し、300枚ものメッセージを集めていた。分かりやすく協力を求めるボードを手作りし生き生きと活動している学生たちを見ると、親子合宿や延世大学とのキャンペーンの経験を生かし、随分と力強くなったものだ感慨深かった。さらに、このシンポジウムを今後に繋げていくために、参加者たちにコメントを呼び掛けて後日ミーティングを実施したと聞いたときには、少々びっくりするとともに、こちらの意図をしつかり受け止め、さらに自分たちなりに展開してくれていることに嬉し

く思った。若者は体験を重ねることでその能力を高められるということの証明と言えるだろう。そして、デパートDV問題をはじめあらゆる社会問題について考えてみて、若者が発言し行動すれば、同世代の注目や共感を得やすく、意識を変えていくという点で最良の啓発活動となる。若者の自発的な活動をサポートすることは、弊社の目指す社会変革にも繋がっていく。

最後に

組織の中で体験を通じて互いに成長していけるような人材がますます求められる昨今、若い社員や学生たちには人と協力することが個人プレー以上のアイデアや成果を生み出せるという当たり前のことを体験し、その喜びや楽しさを知ってもらいたい。また、チームに貢献し、リーダーシップがとれる人材がもっと評価されるような仕組みを求めたいと思う。それには、以心伝心が通用する仲間うちで満足せず、他流試合にどんなチャレンジする必要があるであろう。頭で考えるのではなく、場を経験していくことでしか、この分野での成長は難しいのではないかと思うからだ。

11月に、私の部署の若い社員が早稲

田大学の提供する「グローバルヘルス」の授業でDVキャンペーンの取り組みについてプレゼンテーションの機会を得た。彼女の母校で後輩にあたる学生たちに自分の仕事について語る場に臨むことは相当プレッシャーもあったことであろうが、これもひとつの他流試合である。大学という場であるからこそ敢えて若い社員のプレゼンテーションが許されるという、ほかではできない場に恵まれ、これに應えることで自信と成長に繋がる貴重な機会であったと思う。これは、親子合宿にボランティアとして参加した他の社員が、ビジネスの現場を離れて母子の参加者と出会うことで、多くを気づき、考え、その後の業務のおいても新しい視点を得たことにも共通する。

こんな事例もある。弊社の従業員トレーニングの一環として、高齢者施設でのハンドマッサージ・ボランティアの体験を取り入れているが、参加者の半分以上は高齢者と触れ合った経験がない若者なのである。不安そうな社員でも、相手に寄り添って楽しいひとときをもつことがマッサージの手順よりも重要だと事前に念を押せば、こちらの想像以上に会話がはずみ、1時間後には全員が満足の笑顔を見せてくれるのだ。何かを成し遂げた成功体験は自

信につながり、自発性にも繋がっている。若い社員や学生ができないことに呆れ嘆く前に、適切な場を提供し、正しい方向づけをすることによって成長する可能性がないかもう一度検討してみることが重要なのであろう。

今後とも、市民団体や大学、各地の女性センターなど、ビジネスの常識が通用しない他セクターと接触するボランティアの機会を通じて、その体験を仲間でシェアするといったことを繰り返しながら、若い社員が人間力を磨いていけるような場を提供していこうと考えている。また、学生に対しても、共通のテーマの下に協働していくことはもとより、さらに協働を通じてリアルティをもつて自分が社会で働くことイメージできるようになってもらいたいと思う。双方の気づきと成長のための貴重な機会であるWAVOCとの協働を、今後も大切にしていきたいと思う。